
GUIA DE TRANSIÇÃO: COMUNICAÇÃO

GESTÃO 2021-2023

1. Introdução

2. CCOM em números

3. Eixos da Comunicação

3.1. Comunicação Interna

3.1.1. Objetivo

3.1.2. Subcomissões

3.1.3. Proposta e resultados

- Subcomissão Organização Interna
- Subcomissão Memória Institucional do CAU

3.2. Comunicação Externa

3.2.1. Objetivo

3.2.2. Subcomissões

3.2.3. Proposta e resultados

- Subcomissão Revista Mobile
 - Subcomissão Redes
 - Subcomissão Sede
 - Subcomissão Regionais
 - Subcomissão UIA
 - Subcomissão Site
 - Subcomissão Campanha
-

3.3. Participação

3.3.1. Objetivo

3.3.2. Subcomissões

3.3.3. Proposta e resultados

- Subcomissão Pesquisa
- Subcomissão Participação

4. Composição CCOM 2021-2023

1. Introdução

A Comunicação do CAU/SP, em todos os canais disponíveis, foi pautada na gestão 2021-2023 nas seguintes premissas:

Representar a pluralidade da composição da comunidade de arquitetos, arquitetas e urbanistas, e do CAU em seus diversos aspectos: profissionais, acadêmicos, culturais, éticos e técnicos;

Promover uma comunicação horizontal, inclusiva, acessível e transparente, de maneira a abrir, estabelecer e consolidar diversos canais de diálogo com a categoria e a sociedade civil;

Estar atenta aos aspectos regionais e de diversidade do exercício profissional da Arquitetura e Urbanismo e relacionar as particularidades locais e específicas de populações com a realidade brasileira, latino-americana e internacional, sempre que cabível;

Acompanhar a evolução da linguagem, formatos, conteúdos e dos usos dos meios de comunicação online e offline, estabelecendo vínculos com as gerações subsequentes e passadas, criando um fluxo de empatia, diálogo e escuta respeitosa;

Criar meios para interlocução do CAU/SP com instituições e organizações governamentais e não governamentais, que tenham afinidade com os princípios originais deste Conselho, com o objetivo de contribuir para uma gestão mais cooperativa e coletiva;
Dar acesso à informação, educação e cultura por meio dos canais de comunicação, a fim de valorizar e dar qualidade ao exercício profissional, assim como reforçar o papel de arquitetos, arquitetas e urbanistas;

Renovar sempre que necessário para transformar a forma de comunicar, possibilitando novas formas de agir e interagir com a comunidade dos profissionais da arquitetura e urbanismo e com a sociedade;
Garantir uma comunicação pautada na equidade de raça, gênero, sexualidade e social.

Deliberação:

<https://transparencia.causp.gov.br/wp-content/uploads/Deliberacao-004.2021-CCom-CAUSP-27.04-Plano-de-Comunicacao.pdf>

OBJETIVOS

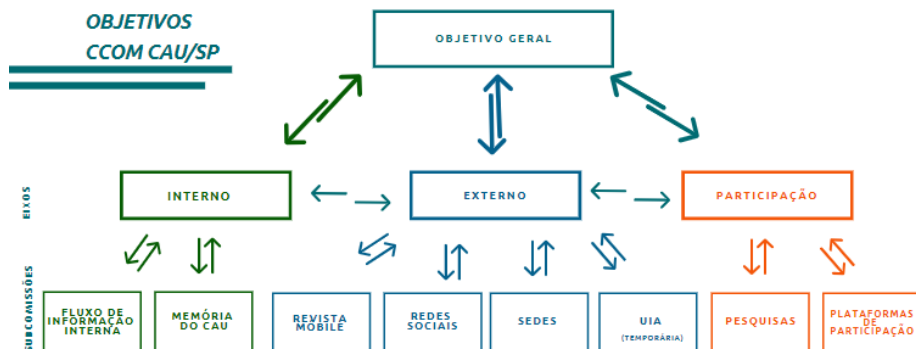
O objetivo visa a aproximação do CAU-SP aos profissionais da Arquitetura e Urbanismo e à sociedade, visando dialogar, informar, formar, orientar e construir um conselho de forma inclusiva e afetiva. Para isto, o Plano se estrutura em 3 eixos de atuação com subcomissões permanentes, temporárias e outras que podem ser adicionadas conforme demanda.

METAS E AÇÕES

Considerando os 3 eixos de estruturação da Comunicação, a Comissão Especial de Comunicação propôs metas e ações.

FORMAÇÃO DE SUBCOMISSÕES

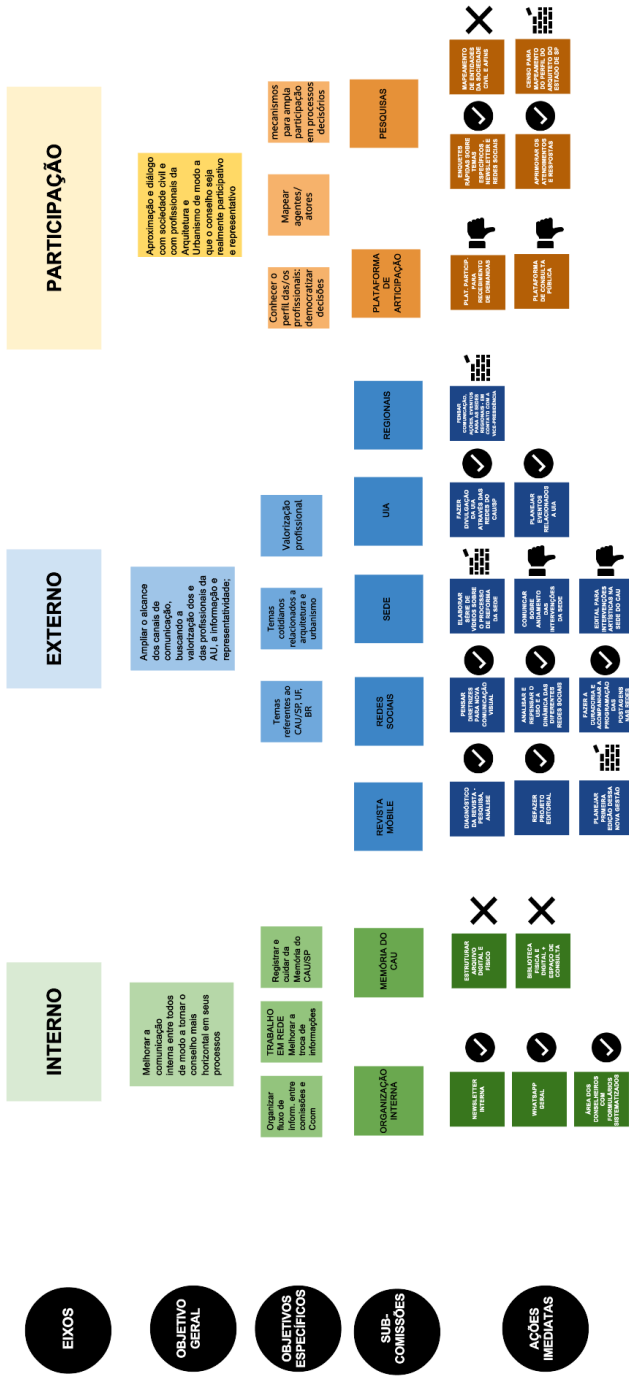
A CCOM fomentou a formação de subcomissões compostas por conselheiras/os a cerca de temas específicos pertinentes as suas atribuições. A iniciativa buscou dar a oportunidade aos membros da comissão de obter propriedade na investigação de temas e na proposição de soluções ou projetos. A ação fez com que a comissão ganhasse celeridade e aprofundamento nas decisões, maior aproveitamento de saberes e implementação assertiva de projetos. Nas reuniões ordinárias, as comissões apresentavam desafios e soluções para apreciação de todas/os, orientando as deliberações e encaminhamentos.



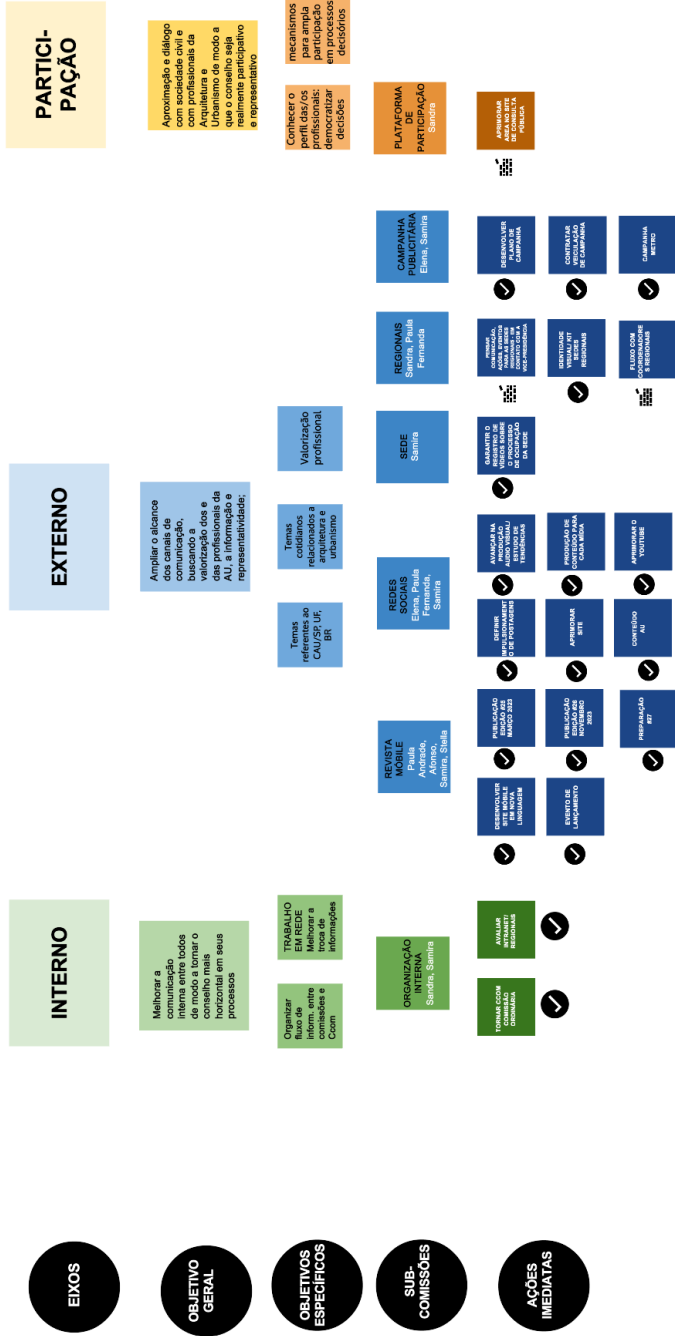
Deliberação:

<https://transparencia.causp.gov.br/wp-content/uploads/Deliberacao-004.2021-CCom-CAUSP-27.04-Plano-de-Comunicacao.pdf>

ORGANOGRAMA GERAL- BALANÇO 2021



ORGANOGRAMA GERAL – PLANEJAMENTO 2023



2. CCOM EM NÚMEROS

Foram realizadas **82 ações** pela Comissão de Comunicação, organizadas em 3 eixos: **Comunicação Interna, Comunicação Externa e Participação.**

Cada eixo foi acompanhado e desenvolvido por grupos de conselheiros/as, divididos em **11 subcomissões** com temas específicos.

A comissões fez **54 deliberações.**

3. EIXOS DA COMUNICAÇÃO

3.1. COMUNICAÇÃO INTERNA

3.1. Comunicação Interna

3.1.1. Objetivos

Melhorar a comunicação entre funcionários, conselheiros e comissões.

Organizar o fluxo de informação e trabalho entre as comissões e a CCOM com o objetivo de aumentar a horizontalidade do trabalho do CAU/SP;

Melhorar a troca de informações e buscando a estruturação de projetos de comunicação transversais entre comissões e áreas técnicas;

Organizar a estrutura de armazenamento de informações e documentos entre as diferentes gerências e comissões, facilitando o acesso à informação;

Registrar e cuidar da memória do CAU/SP.

3.1. Comunicação Interna

3.1.2. Subcomissões

ORGANIZAÇÃO INTERNA

A subcomissão foi instituída com o objetivo de analisar os fluxos de acompanhamento dos trabalhos realizados pelas comissões existentes e propor ou criar melhorias ;

Propor transversalidade nas ações entre comissões;

Outra meta da comissão foi analisar e propor melhorias nos fluxos implementação de projetos propostos pela CCOM, envolvendo diálogos constantes com áreas técnicas do conselho, ganhando celeridade e entendimento sobre processos licitatórios entre outros.

* MEMÓRIA INSTITUCIONAL DO CAU

A subcomissão foi instituída com objetivo de analisar e propor melhoria nos processos ou criar novos procedimentos para registro e consulta da Memória do CAU/SP;

identificar cenários, propor digitalização de processos e inovações na organização do acervo do conselho.

*A subcomissão teve as atividades concluídas em 2022

3.1.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Organização Interna

1- RECEBIMENTO E PROPORÇÃO DE DEMANDAS (2021)

Organização de fluxo de informação e intercâmbio de demandas externas à CCOM (conselheiros, coordenadores regionais, demais comissões, Presidência, Gerências do CAU/SP, Conselho Diretor e de agentes externos ao Conselho);

Meta: Implementação de uma estrutura organizacional de comunicação interna e intercâmbio de informações e demandas, evitando sobreposições de ações e perdas de informações;

Ação: Diagnosticar os problemas e demandas atuais no fluxo de informação e estabelecer meios padronizados para recebimento de trocas e demandas.

Resultados: Impacto positivo na comunicação das ações de comissões e institucionais de relevância aos profissionais de arquitetura

2- CRIAÇÃO DE GRUPO DE WHATSAPP (2021)

A criação de um canal de comunicação via WhatsApp a ser formatado e administrado pela coordenação de comunicação.

Meta: Informar aos conselheiros e conselheiras sobre as principais atividades semanais do CAU/SP.

Ação: Serão enviadas informações acerca do calendário das atividades do CAU/SP (reuniões das comissões, eventos externos e internos) posicionamentos oficiais e as artes gráficas dos eventos. Este canal será destinado somente ao envio de mensagens oficiais pelo administrador, e não será possível a troca de mensagens entre os participantes.

Resultados: O canal se consolidou de maneira eficaz na comunicação das principais ações do conselho, em formato replicável para compartilhamento.

3.1.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Organização Interna

3- EDITAIS (2021)

Edital de licitação de agência/s prestadora/s de serviços de comunicação online e offline, assessoria de imprensa, produção audiovisual, gráfica, digital e editorial, bem como execução de ações publicitárias, de imprensa, de tecnologia e mídias para realização de demandas essenciais, recorrentes e pontuais do CAU/SP e das Comissões estabelecidas pelo Conselho.

Meta: Contratação por meio de edital público de prestadores de serviços para realização de demandas essenciais de comunicação, recorrentes e pontuais do CAU/SP e das Comissões estabelecidas pelo Conselho.

Ação: Desenvolvimento e realização chamamento público para edital de licitação e/ou chamamento por meio de carta convite, com suporte técnico da Comunicação, Administrativo, Jurídico, Editais, Compras e Chefia de Gabinete do CAU/SP. Acompanhamento da implantação do edital e monitoramento das empresas contratadas.

Resultados: Renovação de contratos de comunicação que contemplam as inovações necessárias nos itens contratados e serviços e também nos formatos de contratações.

3.1.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Organização Interna

4- NEWSLETTER INTERNA- COMISSÕES (2021)

Canal a ser estabelecido para comunicação mensal de atividades deliberadas pelas Comissões do CAU/SP para membros do conselho, parceiros e colaboradores.

Meta: Estabelecer um fluxo interno de compartilhamento de informações, facilitando a consulta e dando transparência às ações gerais do CAU/SP.

Ação: Execução de newsletter mensal com linguagem didática e acessível.

Resultados: Após o acompanhamento de um semestre de disparos foi identificado que o uso do e-mail institucional não era efetivo, sendo substituído por ações no WhatsApp. O formulário desenvolvido para entrega de informações foi absorvido por SGO para os informes das comissões nas plenárias.

5- NEWSLETTER INTERNA – REGIONAIS (2021)

Canal a ser estabelecido para comunicação mensal de atividades realizadas pelos Escritórios Regionais do CAU/SP para membros do conselho, parceiros e colaboradores;

Meta: Estabelecer fluxo interno de compartilhamento de informações e prestações de contas, facilitando a consulta e dando transparência às ações regionais do CAU/SP.

Ação: Criação do fluxo de compartilhamento eficiente de informações, priorização de conteúdos, proposta gráfica amigável e acessível.

Resultados: Depois de um semestre e experimentação, ação foi suspensa, dando lugar ao reports constantes da recém criada Gerência Técnica dos escritórios regionais.

3.1.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Organização Interna

6- SITE CONSELHEIROS (2021)

Canal exclusivo para conselheiras/os para acompanhamento de agendas, informações e repositório de documentos

Meta: Estabelecer um fluxo interno de compartilhamento de informações, facilitando a consulta e dando transparência às ações gerais do CAU/SP.

Ação: Criação de site na plataforma Microsoft de acesso restrito com email Institucional.

Resultados: Após o acompanhamento de um semestre de disparos foi identificado que outras iniciativas do conselho supriram a demanda

7- REALIZAR REUNIÃO GERAL DA CCOM COM CONSELHEIROS/AS

Apresentar balanço com avanços gerais da comunicação e acolher novas demandas institucionais.

Meta: Estabelecer fluxo interno de compartilhamento de informações e prestações de contas, facilitando a consulta e dando transparência às ações regionais do CAU/SP.

Ação: Reunião virtual com conselheiras/os e funcionários.

Resultados: Maior engajamento das ações de comunicação alinhadas as expectativas de comissões e áreas técnicas.

3.1.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Organização Interna

8- BANCO DE IMAGENS (2022)

Criação de ambiente digital para facilitar o acesso a fotos de eventos, materiais institucionais e outros conteúdos para conselheiros e funcionários.

Meta: Estabelecer um fluxo interno de compartilhamento de informações, facilitando a consulta e dando transparência às ações gerais do CAU/SP.

Ação: Criação de plataforma para armazenamento e compartilhamento monitorado de imagens.

Resultados: A plataforma recebeu quase mil consultas e estuda-se a possibilidade de ampliar para público externo o acesso.

9- ESTUDO SOBRE A INTRANET (2022)

Organização de informações do CAU/SP para facilitar buscas de documentos no site e portal de transparência

Meta: Estabelecer um fluxo interno de compartilhamento de informações, facilitando a consulta e dando transparência às ações gerais do CAU/SP.

Ação: Análise dos campos de informação do site institucional e portal de transparência.

Resultados: Após os estudos, a subcomissão foi migrada para o eixo comunicação externa para reformulação do site institucional e portal de transparência, tendo como referência os atos normativos do CAU/SP

3.1.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Organização Interna

10- MUDANÇA DA CCOM PARA COMISSÃO ORDINÁRIA (2023)

Encaminhamento da proposta da Comissão de Comunicação do CAU/SP se tornar comissão ordinária.

Encaminhamento da deliberação à COA-CAU/SP para análise, e para a presidência para conhecimento.

Resultados: Aprovação da Comissão de Comunicação como ordinária no Regimento Interno que entra em vigor em 2024.

Meta: Tornar a CCOM em comissão ordinária.

Ação: Considerando a solicitação de propostas de alteração do Regimento Interno do CAU/SP, encaminhado pela COA-CAU/SP; a posição estratégica da comissão de comunicação e do setor de comunicação no funcionamento do CAU/SP; a transversalidade do trabalho da comissão de comunicação em relação às outras comissões e Considerando que todas as deliberações de comissão devem ser encaminhadas à Presidência para verificação e encaminhamentos.

3.1.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Memória Institucional do CAU

1- ANÁLISE DE ACERVO E MEMÓRIA DO CONSELHO (2021)

Mapeamentos e análise sobre arquivo físico e digital do acervo existente e a ser constituído.

Meta: Registrar e cuidar da memória institucional do CAU/SP.

Ação: Estruturar o arquivo digital do CAU/SP e implementar biblioteca física com espaço para estudos e acervo digital acessível.

Resultados: Criação do Banco de Imagens, mapeamento do acervo físico do conselho, diálogo com iniciativas análogas nos CAU/UFs e proposta de criação de comissão temporária para aprofundamento do tema.

2- PROPOSTA JUNTO A CPC-CAU/SP DE CRIAÇÃO DA COMISSÃO TEMPORÁRIA DE ACERVO E MEMÓRIA (2021)

Proposta de criação de comissão temporária para aprofundamento no tema.

Meta: Compete à Comissão Temporária do Centro de Memória e Acervo do CAU/SP mapear instituições que tenham documentação semelhante ou relacionada com a natureza do acervo e da documentação do CAU/SP.

Ação, Realização visitas técnicas com intuito de trocar experiências, acertos e problemas no tratamento e gestão de documentação semelhante; e outras atribuições

Resultados: Plano de ação para criação do Centro de Acervo e Memória do CAU/SP

Foram realizadas 12 ações no eixo Comunicação interna, que resultaram em **melhorias nos fluxos de atendimento** e encaminhamentos de demandas, dando maior visibilidade as ações do conselho

Lançamento de **6 processos licitatórios** que deram diversidade às entregas da comunicação como um todo.

Criação do **grupo de whatsapp** para conselheiros e funcionários, que todas as sextas faz disparos com agenda de reuniões, informes internos e notícias do conselho em formato para compartilhamento rápido.

Mudança da **CCOM para Comissão Ordinária**.

INFORMES CAU/SP

Informes CAU/SP
Afonso, Alexandre, Amanda, Amarilis, Ana, Ana, Andre, Andreia...



Arquitetura é morar com dignidade

Arquitetas, Arquitetos e urbanistas
Desde sempre, sempre presentes

Residência Cambridge, São Paulo-SP

★ **Começa em 15/12**, a nova fase da **campanha publicitária** de valorização profissional do CAU/SP com inserção de **anúncios em relógios digitais**, **programas de rádios (CBN) e cartazes**.

🕒 Participe deste momento com o Conselho.
Marque o @causp_oficial no Instagram com fotos ou vídeos dos relógios, cartazes e propagandas de rádio ao **ver os anúncios por aí**.

🕒 Os anúncios nos **relógios digitais** estarão em vinte pontos por São Paulo/SP, distribuídos pelas **principais vias** como as Avenidas Paulista, Brasil, Brigadeiro Faria Lima, Luís Carlos Berrini, entre outras.

📻 **Pelo rádio**, serão 22 inserções distribuídas nos **programas da CBN** entre os dias **15 e 18/12** em diversos horários entre 6h e 20h com maior fluxo no período da tarde.

📍 A **estação de metrô Santa Cruz**. intea...

+ 😊 Type a message 🎤

<https://chat.whatsapp.com/CQTvejTgs2YHLkFBBgZjrD>

BANCO DE IMAGENS

CAU/SP
/ Digital

CADASTRAR

ENTRAR

Todas as imagens em um só lugar

Envie suas imagens para o CAU/SP

ENVIAR IMAGEM

Copyright © Todos os direitos reservados ao CAU/SP 2022



<https://causp.gov.br/bancoimagens/>

3. EIXOS DA COMUNICAÇÃO

3.2. COMUNICAÇÃO EXTERNA

3.2. Comunicação externa

3.2.1. Objetivos

Ampliar o alcance dos canais de comunicação, buscando a valorização dos e das profissionais da arquitetura e urbanismo, com atenção à diversidade territorial, social, gênero, raça, sexualidade e de suas atividades e atribuições profissionais.

TEMAS REFERENTES AO CAU/SP, CAU/UF, CAU/BR

Divulgar as atribuições do Conselho;
Divulgar atividades do Conselho;
Orientar e esclarecer questões referentes ao Conselho;
Representar questões referentes às comissões.

TEMAS COTIDIANOS À ARQUITETURA E URBANISMO

Divulgar e propor debates acerca de questões urgentes e cotidianas da arquitetura e urbanismo;
Informar e servir como canal de divulgação do campo da arquitetura e urbanismo.

TEMAS DE VALORIZAÇÃO PROFISSIONAL

Campanhas de valorização profissional;
Divulgar atribuições dos e das profissionais em sua diversidade;
Conscientizar e debater acerca do papel social da arquitetura e urbanismo junto a escolas, órgãos públicos, comunidades, universidades e instituições.

3.2. Comunicação externa

3.2.2. Subcomissões

REVISTA MÓBILE

Implementação e acompanhamento de um projeto editorial que sirva como instrumento de comunicação, de informação e reflexão crítica acerca dos temas na área da arquitetura e do urbanismo visando contribuir para o debate público do cenário atual, ao mesmo tempo, que procurando atender aos objetivos da instituição nas suas principais pautas, como: a valorização profissional, ensino, fiscalização, ética, etc;

REDES SOCIAIS E MEIOS DIGITAIS

Geração diária de conteúdos que atendem ao Conselho, às comissões formalizadas, parcerias institucionais e departamentos, mantendo o foco no monitoramento de impacto, engajamento digital e repercussão nos canais existentes de comunicação do CAU/SP, como instagram, facebook, youtube, site e newsletters.

SEDE

Ações vinculadas à comunicação e divulgação da nova sede na Cidade de São Paulo

3.2. Comunicação externa

3.2.2. Subcomissões

UIA (temporária)

Subcomissão temporária para criação e execução do plano de comunicação e divulgação de parceria firmada em 2020 entre CAU/SP e UIA.

SITE

Subcomissão para desenvolvimento de mapa do site, orientações sobre aplicação de nova identidade, estudos de acessibilidade e facilitadores de buscas. Também foi analisada migração do portal de transparência, gerada avaliação e consulta orientativa para implementações.

CAMPANHA PUBLICITÁRIA

Criar diretrizes para construção de campanha publicitária transversal dentro do CAU/SP. Proposição de processos de consulta e criação inclusivos, criando uma unidade entre comissões e áreas técnicas. Briefing de equipe para desenvolvimento de campanha. Aprovar e supervisionar desenvolvimento de peças e ações.

Debater canais e formatos. Supervisionar impacto e difusão.

* Subcomissão UIA desativada ao final de 2021.

* Subcomissões “Site” e “Campanha Publicitárias” criadas em 2022

* Subcomissões “Sede” e “Regionais” desativadas ao final de 2022.

#23

Tema: Invisibilidade

Lançamento: Abril/2022

Tiragem: 64 mil

(in)visibilidade

O CAU/SP apresenta reflexões e perspectivas sobre visibilidade e inclusão no campo da Arquitetura e Urbanismo

MÓ

#24
democracia

BI

L

E

Justiça espacial, direitos e p

#24

Tema: Democracia

Lançamento: Set/2022

Tiragem: 20 mil

REVISTA
PREMIADA

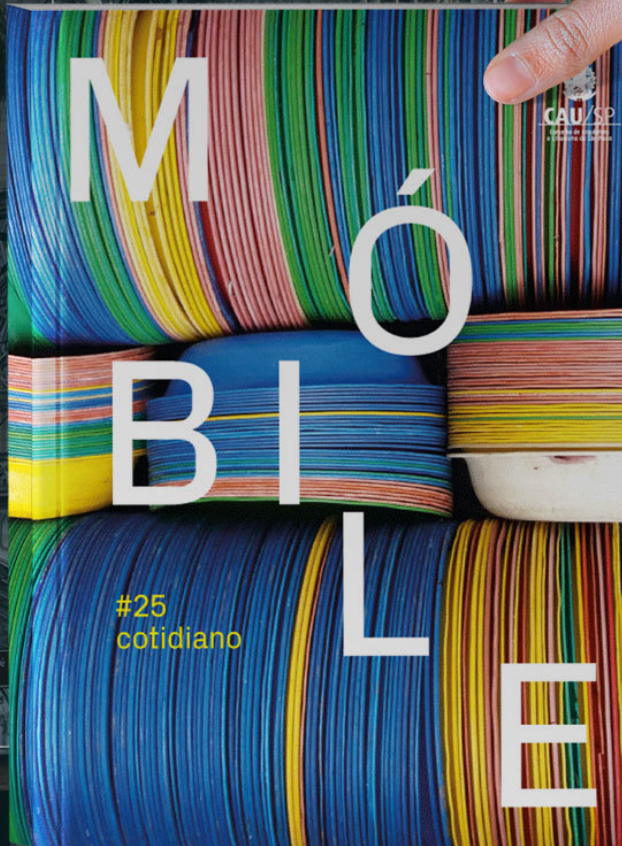
https://www.youtube.com/watch?v=B86rK_O8BJU

#25

Tema: Cotidiano

Lançamento: Mar/2023

Tiragem: 20 mil



#25
cotidiano



CAU/SP Conselho de Arquitetura
e Urbanismo de São Paulo

MÓBILE #26

➤ Acesse, baixe e leia!

#26

Tema: Futuro

Lançamento: Nov/2023*

Tiragem: 20 mil

*lançamento postergado
em função do processo
eleitoral



CAU/SP Conselho de Arquitetura
e Urbanismo de São Paulo

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: MOBILE

1- DIAGNÓSTICO DA REVISTA- PESQUISA E ANÁLISE DOS NÚMEROS ANTERIORES (2021)

Análise dos números anteriores da revista para mapeamento histórico da identidade e conceitos da revistas.

Ação: Análise conjunta, sistematização do histórico.

Resultado: Criação de diretrizes editoriais, apresentados em reunião plenária.

2- REFAZER PROJETO EDITORIA DA REVISTA (2021)

Com base no diagnóstico, propor linhas editoriais da revista.

Ação: Elaboração de política editorial e diretrizes norteadores pra desenvolvimento de ações.

Resultados: Criação de política editorial.

3- PLANEJA A PRIMEIRA EDIÇÃO DA REVISTA NA GESTÃO 2021-2023 (2021)

Criação de cronograma técnico e processos para desenvolvimento da revista.

Ação: execução do cronograma técnico.

Resultado: Início da produção da revista.

4- PROPOR MUDANÇA NA PERIODICIDADE DA (2021)

Analisar a possibilidade de mudanças no número de edições por ano.

Ação: Análise das tiragens anteriores e fluxo de distribuição.

Resultado: Proposta apresentada em plenária para tornar a revista semestral.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: MOBILE

5- PUBLICAÇÃO DA EDIÇÃO #23 DA REVISTA COM O TEMA INVISIBILIDADE (Março 2022)

Desenvolvimento e criação de novos formatos de organização e captação de conteúdos.

Ação: Reformulação do Conselho Editorial, contando com membros de outras comissões e das equipes técnicas. Criação do Comitê Executivo. Criação do processo de Chamada Aberta da Revista.

Criação e execução de cronograma técnico.
Resultados: Criação de política editorial

Resultado: Publicação e distribuição da edição.

6- PESQUISA, BALANÇO E AVALIAÇÃO DA EDIÇÃO #23 (2022)

Análise dos resultados e processos da primeira edição feita durante a gestão.

Ação: Processo de escuta e análises.

Resultado: Identificação da necessidade de uma novo formato, projeto gráfico e distribuição da revista.

7- DESENVOLVER SITE DA MOBILE (2022)

Criação de escopo para desenvolvimento de site e repositória de edições.

Ação: criação de escopo técnico e acompanhamento.

Resultado: Site remodelado no ar

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: MOBILE

8- CRIAÇÃO E PLANEJAMENTO DO NOVO FORMATO DE DISTRIBUIÇÃO DA REVISTA E REDUÇÃO DA TIRAGEM (2022)

Devolutiva para Comissão da necessidade de otimizar recursos e entrega da revista

Ação: Revisão de mailing, redução de tiragem para 20 mil exemplares e implementação da Lei Geral de Proteção de Dados para organização do cadastro.

Resultado: Melhoria na qualidade de produção da revista, com uma tiragem de 20 mil exemplares e qualificação do mailing.

9- ORGANIZAÇÃO E PUBLICAÇÃO DA EDIÇÃO #24 DA REVISTA COM O TEMA DEMOCRACIA (Setembro de 2022)

Desenvolvimento e criação de novos formatos de organização e captação de conteúdos.

Ação: Reformulação do Conselho Editorial, contando com membros de outras comissões e das equipes técnicas. Reorganização do Comitê Executivo. Consolidação do processo de Chamada Aberta da Revista. Criação e execução de cronograma técnico. Aplicação do novo plano de distribuição da revista. Aplicação de nova identidade visual da publicação.

Resultado: Publicação e distribuição da edição. Com novo formato e forma de distribuição

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: MOBILE

10 –REORGANIZAÇÃO DO CONSELHO EDITORIAL PARA EDIÇÃO #25

Chamada para novos integrantes, definição de tema e abertura da chamada aberta #25

Ação: Execução de cronograma técnico estabelecido

Resultado: Início da produção da nova edição, avaliação e seleção de trabalhos da Chamada Aberta.

11- PUBLICAÇÃO DA EDIÇÃO #25 DA REVISTA COM O TEMA COTIDIANO (MARÇO de 2023)

Desenvolvimento e criação de novos formatos de organização e captação de conteúdos.

Ação: Reformulação do Conselho Editorial, contando com membros de outras comissões e das equipes técnicas. Reorganização do Comitê Executivo. Consolidação do processo de Chamada Aberta da Revista. Criação e execução de cronograma técnico. Aplicação do novo plano de distribuição da revista. Aplicação de nova identidade visual da publicação.

Resultado: Publicação e distribuição da edição. Com novo formato e forma de distribuição

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: MOBILE

12- EVENTO DE LANÇAMENTO DA EDIÇÃO #24 DEMOCRACIA (2022)

Evento para público geral, realizado na sede do conselho.

Ação: Diretrizes para realização do evento

Resultado: Evento realizado.

13- ORGANIZAÇÃO E PUBLICAÇÃO DA EDIÇÃO #25 DA REVISTA, COM O TEMA "COTIDIANO" (Setembro de 2023)

Desenvolvimento e criação de novos formatos de organização e captação de conteúdos.

Ação: Reformulação do Conselho Editorial, contando com membros de outras comissões e das equipes técnicas. Reorganização do Comitê Executivo. Consolidação do processo de Chamada Aberta da Revista. Criação e execução de cronograma técnico. Aplicação do novo plano de distribuição da revista. Aplicação de nova identidade visual da publicação.

Resultado: Publicação e distribuição da edição..

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: MOBILE

14 –REORGANIZAÇÃO DO CONSELHO EDITORIAL PARA EDIÇÃO #26

Chamada para novos integrantes, definição de tema e abertura da chamada aberta #25

Ação: Execução de cronograma técnico estabelecido

Resultado: Início da produção da nova edição, avaliação e seleção de trabalhos da Chamada Aberta.

15- PUBLICAÇÃO DA EDIÇÃO #26 DA REVISTA COM O TEMA “FUTURO” (Março de 2023)

Desenvolvimento e criação de novos formatos de organização e captação de conteúdos.

Ação: Reformulação do Conselho Editorial, contando com membros de outras comissões e das equipes técnicas. Reorganização do Comitê Executivo. Consolidação do processo de Chamada Aberta da Revista. Criação e execução de cronograma técnico. Aplicação do novo plano de distribuição da revista. Aplicação de nova identidade visual da publicação.

Resultado: Publicação e distribuição da edição..

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: MOBILE

16- PREPARAÇÃO PARCIAL DA EDIÇÃO #27 (2023)

Encaminhamentos preliminares para próxima edição.

Ação: Definição do tema. Abertura do processo de Chamada Aberta da Revista. Avaliação preliminar de trabalhos

Resultado: Entrega parcial de conteúdos para próxima gestão.

17- CRIAÇÃO DA POLITICA EDITORIAL DA REVISTA

Diretrizes da publicação.

Ação: Análise de diversas referências, debate entre conselheiros e proposição de uma política editorial aprovada na comissão e apresentada em plenário.

Resultado:
<https://transparencia.cau.sp.gov.br/wp-content/uploads/Deliberacao-016.2021-CCom-CAUSP-23.11-1426382-Politica-editorial.pdf>

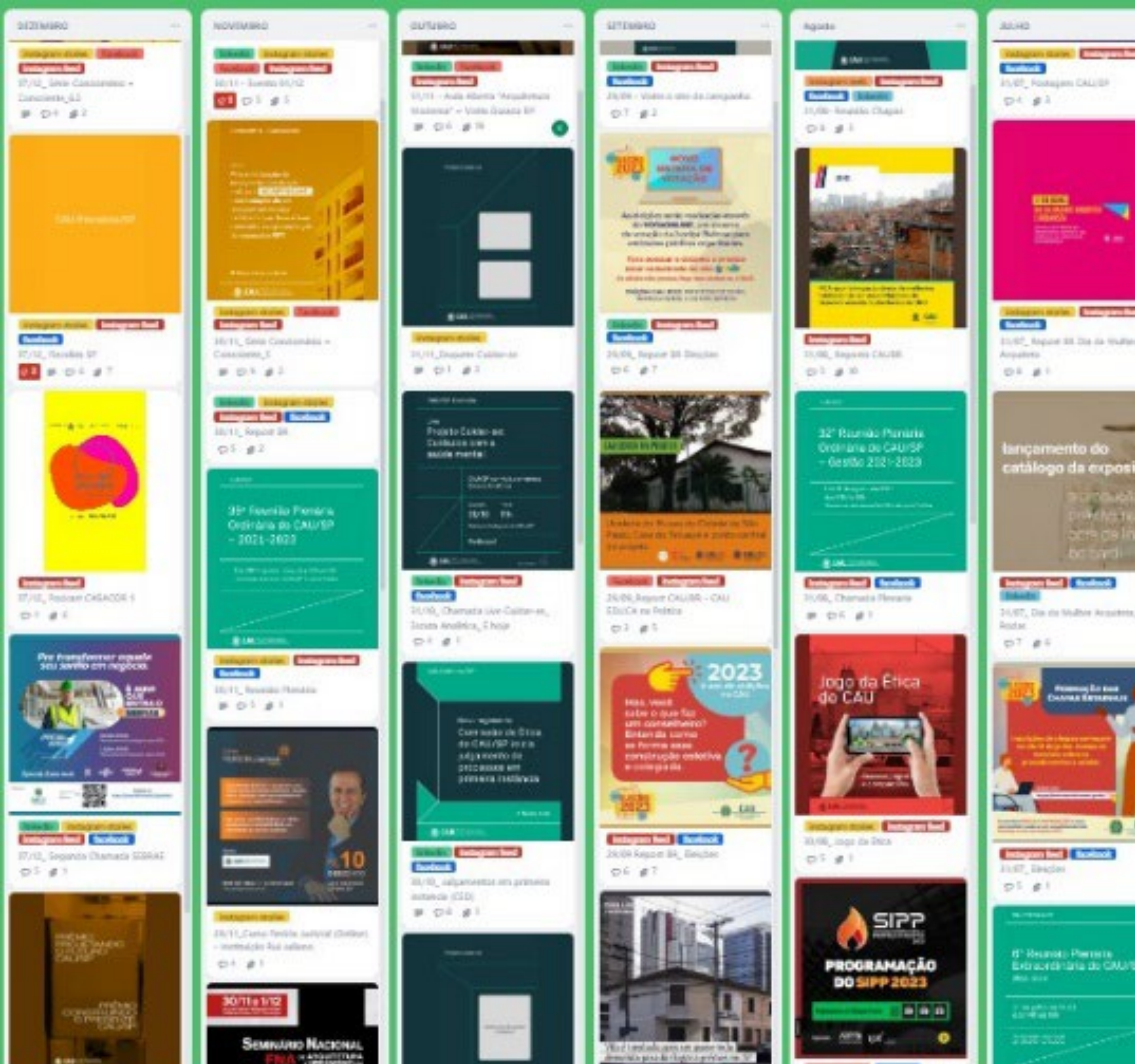
A ampliação do **Conselho Editorial** e a criação do **Comitê executivo** buscaram as vozes para geração de conteúdo interno da revista.

O processo de **Chamada Aberta e Banco de pareceristas**, que recebeu mais de **140 propostas** nas 4 edições da revista, ampliou a participação de profissionais de todo o país nas pautas da publicação.

O **novo formato e projeto gráfico** criaram uma estética renovada da revista, que é referência entre profissionais. Mudança reconhecida e premiada na **Bienal de Quito**.

O **novo plano de distribuição** trouxe sustentabilidade e otimizou recursos do conselho.

A revista Mobile de 2021-2023 teve **4 edições**, com tiragem total de **120 mil exemplares**.



GESTÃO DE POSTAGENS CAU/SP

<https://trello.com/b/SLih6OS2/cau-ink-redes-sociais>



3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Redes

1- DIRETRIZES PARA CRIAÇÃO DE NOVA IDENTIDADE VISUAL (2021)

Criação de Identidade de transição para marcar novas diretrizes nas redes sociais.

Ação: Conselheiras da CCOM criaram template de identidade visual para transição.

Resultado: Marcação visual de novas diretrizes de comunicação e atuação em redes sociais

2- ANALISAR E REPENSAR O USO E DINÂMICA DAS DIFERENTES REDES (2021).

Análise da redes e identificação de oportunidades.

Ação: Criação de fluxo de acompanhamento e monitoramento de redes.

Resultado: Acompanhamento constante de impacto e engajamento nas redes sociais e proposição de séries temáticas.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Redes

3- DIRETRIZES PARA APLICAÇÃO DE NOVA IDENTIDADE VISUAL (2021)

Criação de diretrizes para criação de nova identidade visual do conselho para briefing a ser contratada.

Ação: Conciliação com diretrizes do planejamento estratégico para identificação de eixos temáticos na nova identidade.

Resultado: Acompanhamento de desenvolvimento que resultou na nova identidade do conselho a ser aplicada em todos os materiais impressos e digitais da autarquia.

4- LANÇAR LINKEDIN CAU/SP (2022).

Estabelecer diretrizes para criação de nova rede do conselho

Ação: Análise de perfis similares, proposição de conteúdos e formatos.

Resultado: Criação do perfil do CAU/SP na rede social voltada ao público de profissionais. Atualmente o perfil tem 2 mil seguidores e alcance de mais de 10 mil perfis

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Redes

5- REESTRUTURAR SITE (2022)

Mapeamento do site e redefinições de áreas de consulta e destaque

Ação: Estudar estrutura atual do site implementar reorganização e nova identidade.

Resultado: Criação da subcomissão de sites, entendendo a necessidade de aprofundamento no debate.

6- VIABILIZAR IMPULSIONAMENTO DE POSTAGENS (2022)

Estabelecer diretrizes para e análises para a viabilização de impulsionamento nas redes sociais.

Ação: Análise junto a coordenação de comunicação e prestadores sobre a viabilidade financeira e técnica da ação

Resultado: Criação de conta dedicada ao conselho que possibilita gerenciamento de anúncios.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Redes

7- MANUAL DE USO DE REDES (2022)

Análise de cenários de uso e criação de guia com boas práticas de atuação nas redes.

Ação: Acompanhamento do fluxo de redes e identificação de casos onde orientações institucionais sejam necessárias.

Resultado: Orientações sobre o relacionamento da redes sociais e criação de guia com orientações de uso nas redes sociais

https://conselhoarquitetura.sharepoint.com/:w:/r/sites/ConselheirasosCCOM/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7B3E455F45-B1CA-48A9-867D-07FEF4D748D2%7D&file=Manual%20de%20Atua%C3%A7%C3%A3o%20nas%20redes_CAU_2021.docx&action=default&mobileredirect=true

8- ORIENTAÇÕES PARA RELACIONAMENTO DIGITAL (2022)

Estabelecer regras e condutos para moderação de comentários nas redes sociais

Ação: Análise junto a coordenação de comunicação e prestadores sobre potenciais desafios na moderação de comentários e interações nas redes sociais.

Resultado: Criação de diretrizes para moderação de comentários e interações nas redes que reduziram conflitos nos perfis do conselho.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Redes

9- DEBATER O ENCERRAMENTO DO FACEBOOK (2022)

Devido ao volume de ações de ódio no perfil do conselho, analisar a continuidade do perfil institucional na redes.

Ação: Diretrizes para mediação de conflitos e mapeamento de perfis disseminadores de discurso de ódio.

Resultado: As ações de relacionamento conseguiram conter ações de ódio no perfil e a manutenção do mesmo com acompanhamento constante.

10- MELHORAR RITMO DE APROVAÇÃO DE PUBLICAÇÕES PELAS COMISSÕES (2022)

Buscar constância na produção de conteúdos das comissões

Ação: Fortalecimento de interlocutores das comissões com a comunicação. Participação de membros da CCOM em planejamento de comunicações de outras comissões.

Resultado: Ganhamos celeridade e assertividade nas publicações e a cultura de formatos para redes sociais para difusão de projetos e informações.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Redes

11- GESTÃO DE CRISE (2022)

Capacitação de equipe e conselheiras para ações coordenadas para gestão de crise.

Ação: Curso ministrado pela Faculdade Casper Líbero.

Resultado: As ações após o curso realizadas junto a presidência e setores do CAU/SP foram mais articuladas e impactantes. Como a gestão da crise do processo eleitoral.

12- GERENCIAMENTO DE CAMPANHAS ONLINE (2022)

Internalizar o conhecimento para produção de Ads nas redes sociais para planejamento de campanhas digitais

Ação: Curso ministrado pela equipe parceira do Meta_ Rockets.

Resultado: A capacitação envolveu 2 funcionários da coordenação de comunicação e uma conselheira.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Redes

13- DEFINIR IMPULSIONAMENTO DE POSTAGENS

Identificar estratégias de impulsionamento nas redes sociais.

Ação: Reuniões de alinhamento com equipe da coordenação de comunicação e equipe terceira.

Resultado: Criação de conta do conselho para gestão de anúncios.

14- APRIMORAR SITE

Implementar a mudança de identidade visual do site e melhorias na navegação

Ação: Estudo dos fluxos de acesso do site e possibilidades de melhorias.

Resultado: Criação de subcomissão de site para aprofundamento no tema.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Redes

15- CONTEÚDO AU

Ampliar a produção e compartilhamento de conteúdos voltados a divulgação de projetos/ produção arquitetônica e de urbanismo atual e global.

Ação: Indicação de conteúdos a serem publicados nas redes do conselho.

Resultado: A ação não teve desdobramentos em função do grande fluxo de conteúdos demandados pelas comissões e áreas do conselho.

16- AVANÇAR NA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL/ ESTUDO DE TENDÊNCIAS

Melhorar a captação de conteúdos audiovisuais do conselho e dar mais autonomia para produção de formatos.

Ação: Acompanhamento da qualidade dos conteúdos audiovisuais do conselho para entender desafios e implementar melhorias. Identificação da necessidade de criar um estúdio interno de produções audiovisuais do conselho.

Resultado: Criação da Sala Mayumi Watanabe de Souza Lima e incentivo à aquisição de equipamentos para captação audiovisual.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Redes

17- PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA CADA MÍDIA

Acompanhamento de resultados de formatos de postagem com melhor performance e que se adequam aos conteúdos propostos por diversas comissões

Ação: Proposição de novos formatos e acompanhamento da produção e performance.

Resultado: Aumento da qualidade nas produções para redes, tendo diversos formatos (vídeos, gifs, enquetes, podcasts entre outros). Realização de várias LIVES no Youtube e Instagram.

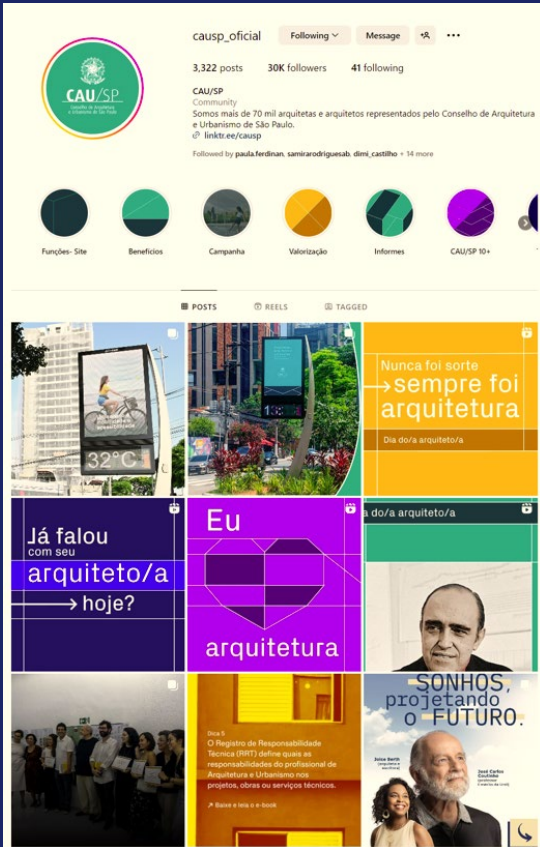
18- APRIMORAR O YOUTUBE

Organizar conteúdo por temas e facilitando a busca

Ação: Criação de playlists com vídeos segmentados por temas. Melhora nas capas dos conteúdos, tornando-os mais atraentes.

Resultado: Aumento de visitas no canal do CAU/SP no youtube e também de assinaturas.

INSTAGRAM



Tornou-se a principal rede do conselho em razão do impacto e resultados.

No Instagram dobramos o número de seguidores, alcance de perfis na rede. Ampliamos o fluxo de postagens e temos 6X mais interações (2023 comparado com 2020)

Instagram _SEGUIDORES

Dobramos o número de seguidores

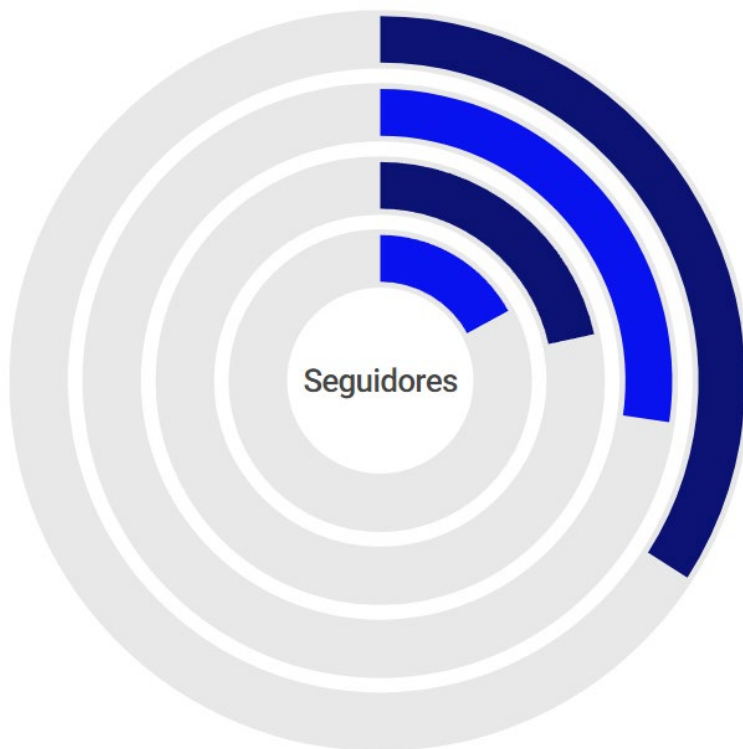
na rede social, com estratégia cruzada e relacionamento e aumento na produção de conteúdo relevante.

2020_ 15 mil seguidores

2021 _ 19 mil seguidores

2022_ 24 mil seguidores

2023_ 30 mil seguidores



● 2023 ● 2022 ● 2021 ● 2020

Instagram _ALCANCE

Houve um crescimento no alcance chegamos em

2023 com o **dobro de perfis**

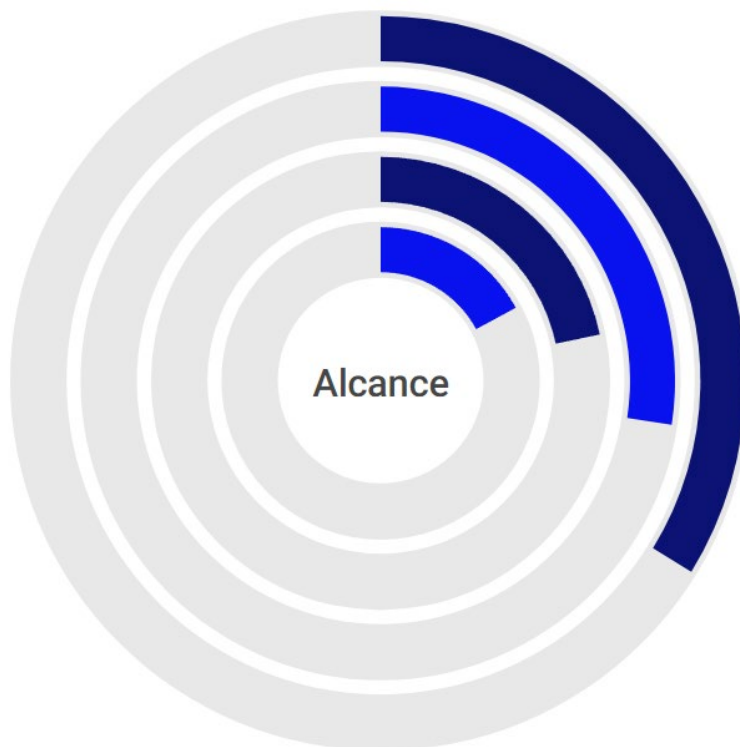
alcançados diretamente impactados do que os registros indicados em 2020

2020 _ 330 mil perfis alcançados

2021 _ 418 mil perfis alcançados

2022 _ 528 mil perfis alcançados

2023_ 651 mil perfis alcançados



● 2023 ● 2022 ● 2021 ● 2020

Instagram_ PUBLICAÇÕES

Dobramos o fluxo de postagens para criar mais espaços para divulgação, mantendo uma média de 3 postagens por dia.

Volume

2020_ 289 postagens

2021_ 620 postagens

2022_ 659 postagens

2023_ 671 postagens (até nov. 2023)



● 2023 ● 2022 ● 2021 ● 2020

Instagram_ CONTEÚDOS

Aumentamos a visibilidade dos conteúdos do conselho com novas fontes de informação, como parcerias de publicação de fomentos e outros.

Tipos de Conteúdos

Eventos e Ações do CAU: 42,2%

Informes do CAU: 13,7%

Parcerias Institucionais: 12,5%

Comissões: 12,2%

CAU/BR: 11,4%

Fomentos: 8%



Instagram_ INTERAÇÕES

Houve um aumento expressivo nas interações via redes sociais (comentários e mensagens inbox). Confirmando o fortalecimento no relacionamento com os usuários

tivemos **6 vezes mais interações** em 2023, comparado com 2021. No último ano, boa parte das interações ocorreram por desafios enfrentados no processo eleitoral que pontualmente gerou 1300 interações.

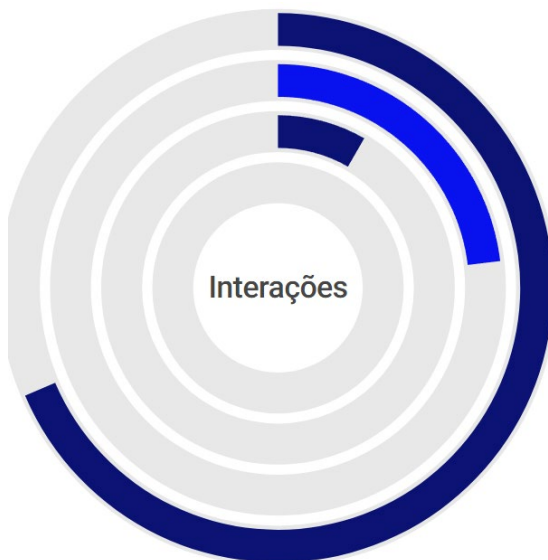
Volume

2020_ sem registro

2021_ 353 interações (contagem a partir de 06/2021)

2022_ 979 interações

2023_ 2908 interações



● 2023 ● 2022 ● 2021 ● 2020

Instagram RELACIONAMENTO

Das 4249 interações (comentários e mensagens inbox) recebidas de 2021 a 2023, **93% foi respondida ou encaminhada**. Aumentando a eficiência e agilidade no relacionamento

Encaminhamentos

Respondidas/curtidas: 93,8%

Não respondidas: 6,2%



● Respondidas ● Não Respondidas

YOUTUBE



Houve um crescimento no alcance chegamos em 2023 com **3X mais de inscritos** no canal. Em comparação com 2020.

Ampliamos o volume de produções audiovisuais e aumentamos **50% as visualizações** dos conteúdos postados, comparando 2020 e 2023.

Youtube_ INSCRITOS

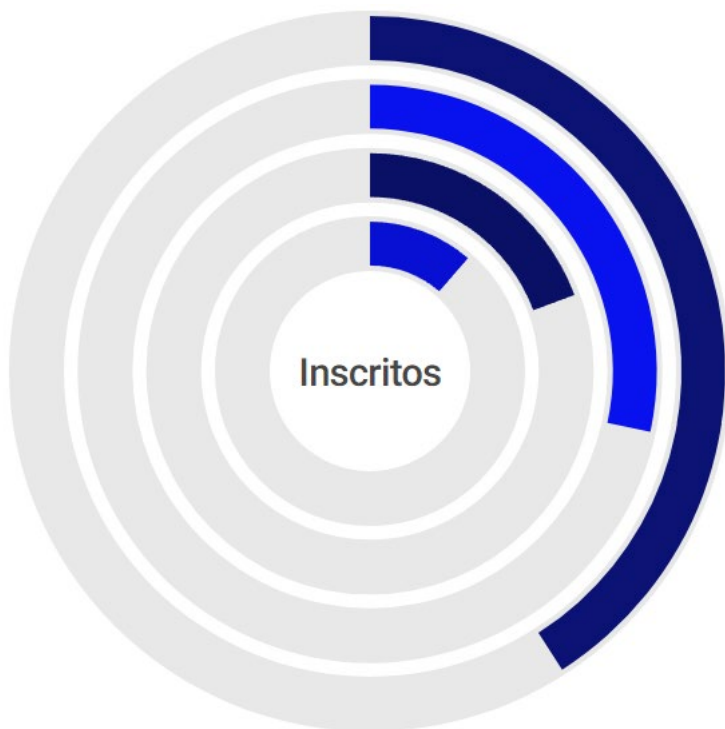
Houve um crescimento no alcance chegamos em 2023 com **3X mais de inscritos** no canal. Em comparação com 2020.

2020_ 1, mil inscritos

2021_ 1,7 mil inscritos

2022_ 2,5 mil inscritos

2023_ 3,6 mil inscritos



● 2023 ● 2022 ● 2021 ● 2020

Youtube_ VISUALIZAÇÕES

Ampliamos o volume de produções audiovisuais e **aumentamos 50% as visualizações** dos conteúdos postados, comparando 2020 e 2023.

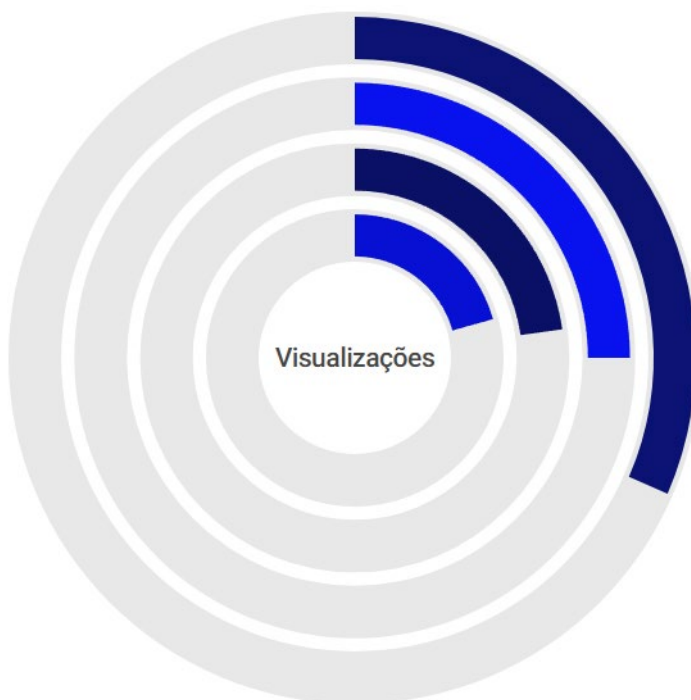
Volume

2021_ 19 mil visualizações

2021_ 23 mil visualizações

2022_ 21 mil visualizações

2023_ 29 mil visualizações



● 2023 ● 2022 ● 2021 ● 2020

FACEBOOK



Na rede, foram identificadas ações intensas de heaters, tornando-se uma rede complementar de ações. Apresentou crescimento moderado de 10% na comparação 2020-2023.

Facebook_ SEGUIDORES

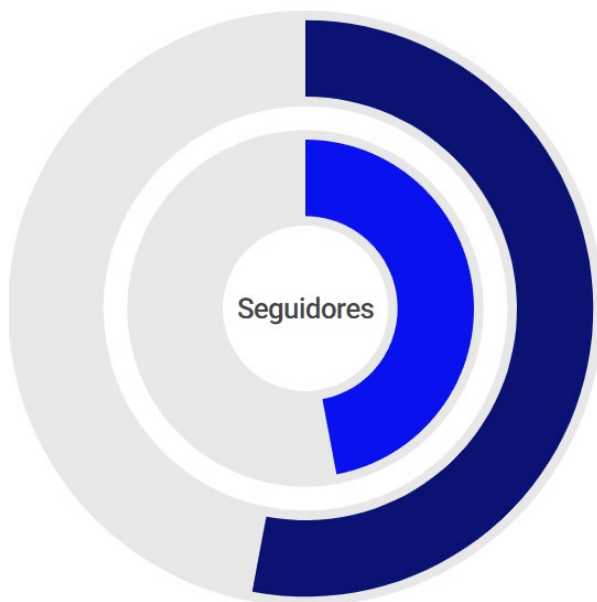
Estabilidade do número de seguidores:

No acompanhamento da rede, foram identificadas ações intensas de heaters, tornando-se uma rede complementar de ações.

Apresentou **crescimento moderado de 10%** na comparação 2020-2023.

2020_ 18,3 mil seguidores

2023_ 20,6 mil inscritos



● 2023 ● 2020

LINKEDIN



Em 2022 foi criado o perfil do CAU/SP na rede que tem por objetivo ampliar o engajamento profissional de usuários. Da criação até o momento existem 1947 seguidores do conteúdo e alcance de 103 573 perfis.

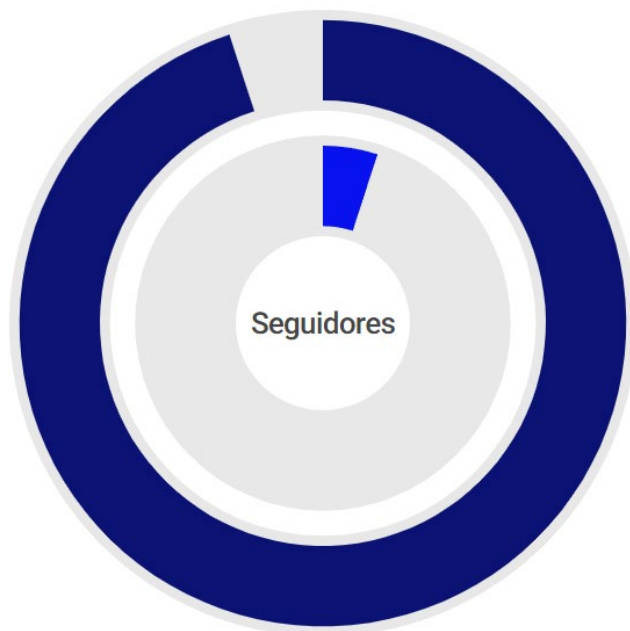
Linkedin_ SEGUIDORES

Em 2022 foi criado o perfil do CAU/SP na rede que tem por objetivo ampliar o engajamento profissional de usuários. Da criação até o momento existem **1947 seguidores do conteúdo e alcance de 103 573 perfis.**

Volume

2022_ 102 visualizações

2023_ 1947 visualizações

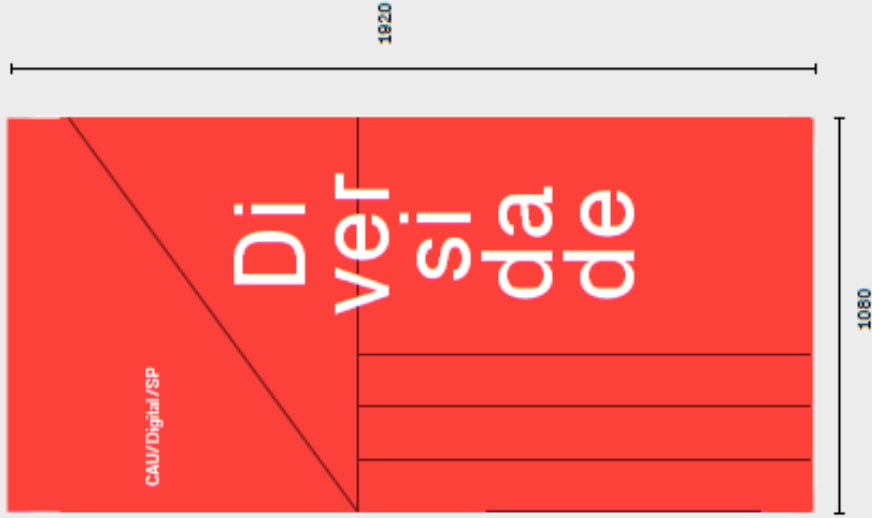
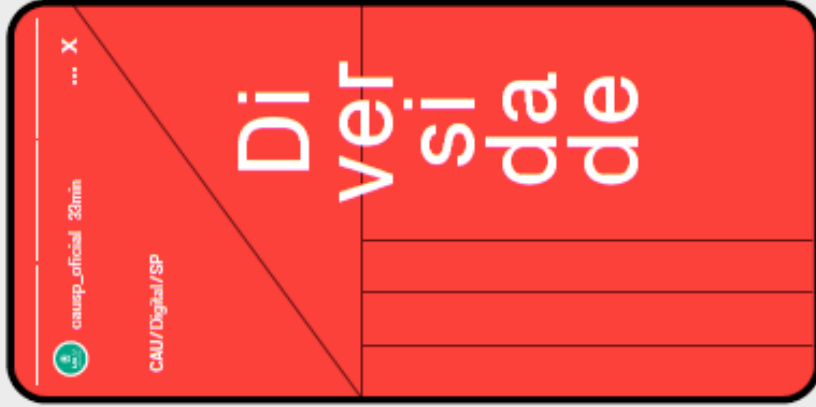


● 2023 ● 2022

e duração disponíveis

adadas layouts vertical perfil.

s podem "ques" na



MANUAL IDENTIDADE VISUAL REDES

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Sede

1- ELABORAR SÉRIE DE VÍDEOS SOBRE O PROCESSO DE REFORMA DA SEDE (2021 - 2023)

Propor a captação do processo de reforma e adequações da nova sede do conselho.

Ação: Propor situações para captação de conteúdos audiovisuais.

Resultados: Ações foram absorvidas por outras áreas do conselho.

2- COMUNICAR SOBRE ANDAMENTO DAS INTERVENÇÕES DA SEDE (2021-2023)

Possibilitar o acompanhamento dos profissionais de arquitetura e urbanismo as adequações, reforma e concurso público da sede.

Ação: Ações de divulgação no site e redes sociais.

Resultado: : Ações foram absorvidas por outras áreas do conselho.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Sede

3- EDITAL PARA INTERVENÇÕES ARTÍSTICAS NA SEDE DO CAU (2021- 2022)

Desenvolvimento e criação de ações culturais utilizando o espaço da sede nova.

Ação: Proposta de ações e estudos para formato de contratações.

Resultado: Resultado: Ações foram absorvidas por áreas ações do conselho, como a criação da Comissão específica sobre o tema.

.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: UIA

1- FAZER DIVULGAÇÃO DA UIA ATRAVÉS DAS REDES DO CAU/SP (2021)

Criação de campanha, com peças de vídeo, direcionadas a divulgação as ações do Conselho em parceria com o evento.

Ação: Edição de materiais produzidos na gestão anterior, captação e edição de novos vídeos complementares para divulgação.

Resultado: Exibição de uma série com 5 capítulos disponível no youtube do conselho com arquitetos em diálogo com os temas da UIA. Ações semanais de divulgação nas redes sociais do evento e seus desdobramentos.

2- PLANEJAR EVENTOS RELACIONADOS A UIA (2021)

Criação e produção de evento relacionado a UIA

Ação: Realização de evento online abordando a intersecção dos temas da UIA com trabalhos desenvolvidos por arquitetas/os do território paulista.

Resultado: UIA em diálogo com o Território Paulista teve grande adesão e apresentou a diversidade da produção de profissionais paulistas, a jornada de 5 encontros abordando os eixos da UIA foi destaque na revista Projeto e Casa e Jardim.

A subcomissão UIA teve duração de 1 ano, conforme o previsto.

Produziu e editou **18 vídeos** especiais sobre a temática, que obtiveram quase **4 mil visualizações** (youtube e instagram).

Apresentou nos eventos online, **18 projetos** feitos por arquitetos paulista pelo território.

As ações do conselho em parceria com a UIA geraram **2 matérias espontâneas** na grande mídia.

[Casa e Jardim](#)
[Projeto](#)

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Regionais

1- PENSAR COMUNICAÇÃO, AÇÕES, EVENTOS PARA AS SEDES REGIONAIS - EM CONTATO COM A VICE-PRESIDÊNCIA (2021- 2022)

Criação de diretrizes de integração de conteúdo e difusão pelo território paulista.

Ação: Diálogos para articulação de ações com participação da comunicação.

Resultado: As ações da subcomissão foram absorvidas por outras iniciativas do conselho.

2- PARCERIA DE DIVULGAÇÃO DOS EVENTOS ONLINE CAU ESCUTA

Alinhamento com a vice-presidência para ações de divulgação.

Ação: Reuniões e supervisão das ações.

Resultado: Um repositório no youtube com 11 vídeos dos encontros.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Regionais

3- DESENVOLVER SITE TERRITÓRIO PAULISTA (2022)

Criação de escopo para desenvolvimento de site com apresentações de coordenadores regionais.

Ação: criação de escopo técnico para desenvolvimento do site e acompanhamento.

Resultado: Site no ar, mas que será remodelado de acordo com nova identidade

4- IDENTIDADE VISUAL/ KIT SEDES REGIONAIS

Reformulação da comunicação visual dos escritórios descentralizados.

Ação: Visita técnicas aos escritórios para mapeamento de espaços.

Resultado: Mapeamento 360 graus de todas as regionais, acolhimento de demandas técnicas e início do projeto.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Regionais

5- FLUXO COM COORDENADORES REGIONAIS

Aproximação do calendário regional para ações de comunicação.

Ação: Reunião técnica da comissão de comunicação com coordenadores regionais.

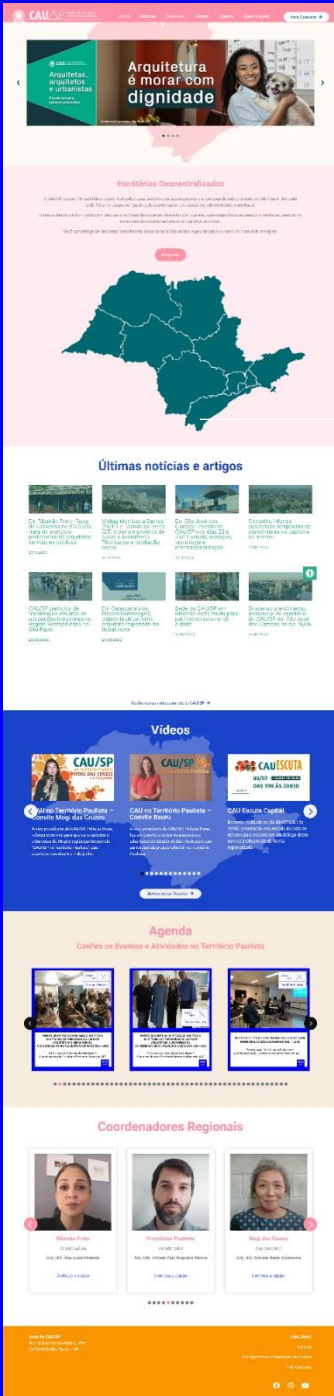
Resultado: Essas ações foram absorvidas pela gerência de regionais.

6- HOTSITE REGIONAIS

Desenvolvimento de portal com notícias regionais, destacando as ações do conselho pelo território paulista

Ação: Suporte no desenvolvimento e escopo técnico do portal.

Resultado: Publicação do site Território Paulista.



Hotsite_ Regionais

Hotsite_ Tour Virtual Regionais



<https://sites.google.com/view/regionais-causp/home>

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Site

1- MAPEAMENTO DO SITE (2022)

Criar diálogo entre comissões para definir diretrizes para o desenvolvimento de campanha publicitária do conselho.

Ação: Reuniões com comissões e imersão temática com conselheiros/as indicados por comissões para o debate e alinhamento temático a ser integrado na campanha. O trabalho foi feito consultoria da IMPULSE HUB

Resultado: Alinhamento de metas, públicos e foco da campanha a ser desenvolvida por agência terceirizada.

2- OTIMIZAÇÃO DE BUSCAS NO SITE (2022)

Conversas com setores do CAU/SP para viabilizar os melhores formatos de contratações. Alinhamento com comissões e Conselho Diretor para previsão orçamentária para a ação.

Ação: Cronograma técnico de editais e previsão orçamentária em 2022/ 2023 para realização da campanha.

Resultado: Contração de espaços para veiculação da campanha em 2023.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Site

3- SUPERVISÃO PARA APLICAÇÃO DE NOVA IDENTIDADE VISUAL NO SITE (2022)

Criar diálogo entre comissões para definir diretrizes para o desenvolvimento de campanha publicitária do conselho.

Ação: Reuniões com comissões e imersão temática com conselheiros/as indicados por comissões para o debate e alinhamento temático a ser integrado na campanha. O trabalho foi feito consultoria da IMPULSE HUB

Resultado: Alinhamento de metas, públicos e foco da campanha a ser desenvolvida por agência terceirizada.

4- MAPEAMENTOS DE MELHORIAS APÓS MIGRAÇÃO DO SITE (2023)

Conversas com setores do CAU/SP para viabilizar os melhores formatos de contratações. Alinhamento com comissões e Conselho Diretor para previsão orçamentária para a ação.

Ação: Cronograma técnico de editais e previsão orçamentária em 2022/ 2023 para realização da campanha.

Resultado: Contração de espaços para veiculação da campanha em 2023.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Site

5- INTEGRAÇÃO DE BUSCAS NO SITE COM O PORTAL DE TRANSPARÊNCIA (2023)

Criar diálogo entre comissões para definir diretrizes para o desenvolvimento de campanha publicitária do conselho.

Ação: Reuniões com comissões e imersão temática com conselheiros/as indicados por comissões para o debate e alinhamento temático a ser integrado na campanha. O trabalho foi feito consultoria da IMPULSE HUB

Resultado: Alinhamento de metas, públicos e foco da campanha a ser desenvolvida por agência terceirizada.

6- REFORMULAÇÃO DOS HOTSITES (2023)

Conversas com setores do CAU/SP para viabilizar os melhores formatos de contratações. Alinhamento com comissões e Conselho Diretor para previsão orçamentária para a ação.

Ação: Cronograma técnico de editais e previsão orçamentária em 2022/ 2023 para realização da campanha.

Resultado: Contração de espaços para veiculação da campanha em 2023.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Site

7- MAPEAMENTO DE MELHORIAS E ADEQUAÇÕES LEGAIS NO PORTAL DE TRANSPARÊNCIA (2023)

Criar diálogo entre comissões para definir diretrizes para o desenvolvimento de campanha publicitária do conselho.

Ação: Reuniões com comissões e imersão temática com conselheiros/as indicados por comissões para o debate e alinhamento temático a ser integrado na campanha. O trabalho foi feito consultoria da IMPULSE HUB

Resultado: Alinhamento de metas, públicos e foco da campanha a ser desenvolvida por agência terceirizada.

8- ACOMPANHAMENTO DA APLICAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DO CAU/BR NO PORTAL DE TRANSPARÊNCIA DO CAU/SP (2023)

Conversas com setores do CAU/SP para viabilizar os melhores formatos de contratações. Alinhamento com comissões e Conselho Diretor para previsão orçamentária para a ação.

Ação: Cronograma técnico de editais e previsão orçamentária em 2022/ 2023 para realização da campanha.

Resultado: Contração de espaços para veiculação da campanha em 2023.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Site

9- MAPAS INTERATIVOS DE PROJETOS DE FOMENTO E AÇÕES DO CONSELHO (2023)

Estudar a possibilidade a disponibilizar mapas interativos para acompanhamento de projetos de fomentos e ações do conselho que utilizem mapas com informações georeferenciadas.

Ação: Reuniões áreas técnicas para conhecimento dos mapas. Estudos com a empresa desenvolvedora do site _ BRASO, sobre viabilidade técnica.


Resultado: Não foi encontrada compatibilidade técnica da plataforma Wordpress e Qgis. Mas, o estudos seguem entre as áreas técnicas do conselho.

Site Institucional

The screenshot shows the CAU/SP institutional website. At the top, there is a navigation bar with the text "Portal de Transparência", "Atendimento", "Quem somos", "Ache um arquiteto", "LOGO", and "BUSCA". Below this is the CAU/SP logo and a menu with "SICCAU", "DENÚNCIAS", and "MENU". The main header features a large image of a hand holding a book titled "MÓBI #26" with the text "MÓBI #26" and "Acesse, baixe e leia!". Below the header is a grid of navigation links: INSTITUCIONAL, AGENDA, ATENDIMENTO, DENÚNCIAS, PORTAL INICIAATIVO, ATIVS, MOBILE, and ESCRITÓRIOS REGIONAIS. The "AGENDA" section shows dates for December 2023, including "16" and "19". The "NOTÍCIAS" section features four news items with images and titles: "PUC Campinas abre processo seletivo para docentes pesquisadores em Arquitetura e Urbanismo", "Nova fase da campanha publicitária do CAU/SP celebra o dia do arquiteto nas ruas e rádio pelo estado", "No dia 18/12, a última reunião plenária do ano e a posse dos novos conselheiros", and "Agenda revela diretrizes e ações propostas para os próximos dez anos do CAU/SP". The footer contains contact information for the CAU/SP, including the address "Rua Galvão de Novais, 164, 01013-000 São Paulo - SP" and social media icons for Facebook, Instagram, and YouTube.

Portal de Transparência

The screenshot shows the CAU/SP transparency portal. The main heading is "Quer descontos?" and the sub-heading is "Conheça o Programa de Benefícios do CAU/SP e saiba mais sobre os descontos, empresas e produtos." Below this is a grid of 12 icons representing different categories: Descontos, Benefícios, Empresas, Produtos, and others. The page also features a section titled "Conheça, Produtos e Empresas do CAU/SP" with a list of items and a footer with contact information and social media links.



Arquitetura
é morar com
dignidade

Residencial Cambridge, São Paulo-SP

Arquitetas, Arquitetos
e urbanistas

Desde sempre, sempre presentes



CAU/SP Conselho de Arquitetura
e Urbanismo de São Paulo

Arquitetura é

preservação
do patrimônio



Museu do Ipiranga, São Paulo - SP

Arquitetas, Arquitetos
e urbanistas

Desde sempre, sempre presentes



CAU/SP

Conselho de Arquitetura
e Urbanismo de São Paulo



Arquitetura é
mobilidade

Ponta da Praia, Santos- SP

Arquitetas, Arquitetos
e urbanistas

Desde sempre, sempre presentes



CAU/SP

Conselho de Arquitetura
e Urbanismo de São Paulo

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Campanha

1- DESENVOLVER PLANO DE CAMPANHA (2022- 2023 jan. a ago.)

Criar diálogo entre comissões para definir diretrizes para o desenvolvimento de campanha publicitária do conselho.

Ação: Diálogo constante com a coordenação de comunicação e fornecedores para solução de desafios no cronograma e ajustes no planejamento da campanha.

Resultados: Execução de fase 1 da campanha no primeiro semestre de 2023 com as ações do metro, rádio e redes sociais.

2- VIABILIZAR RECURSO (2022-2023)

Conversas com setores do CAU/SP para viabilizar os melhores formatos de contratações. Alinhamento com comissões e Conselho Diretor para previsão orçamentária para a ação.

Ação: Cronograma técnico de editais e previsão orçamentária em 2022/ 2023 para realização da campanha.

Resultado: Contração de espaços para veiculação da campanha em 2023.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Campanha

3- CONTRATAR EXECUÇÃO DE CAMPANHA (2022-2023)

Acompanhamento e supervisão do cronograma de desenvolvimento da campanha.

Ação: Diálogo constante com a coordenação de comunicação e fornecedores para solução de desafios no cronograma e ajustes no planejamento da campanha.

Resultado: Execução de campanha no ano 2023 e projeção para janeiro de 2024.

4- SELEÇÃO DE PROJETOS A SEREM FOTOGRAFADOS (2023)

Processo colaborativo entre conselheiros para seleção de pontos para fotos.

Ação: Escolha dos locais e acompanhamento do processo de produção e aprovação das imagens finais.

Resultado: Identificação de 3 pontos na capital e uma no litoral para primeiras cenas da campanha.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Campanha

5- DESENVOLVER PLANO DE CAMPANHA (2023 nov. a dez.)

Acompanhamento de cronograma de campanha e ajustes de decisões do planejamento e execução da campanha.

Ação: Diálogo constante com a coordenação de comunicação e fornecedores para solução de desafios no cronograma e ajustes no planejamento da campanha.

Resultado: execução das duas fases finais da campanha, com ações do dia do arquiteto e chegada das peças ao interior e litoral do estado, que se encerrou em jan- 2024.

6 –CONTRATAR VEICULAÇÃO DE CAMPANHA (2023-2024)

Acompanhamento e supervisão do cronograma de desenvolvimento da campanha

Ação: Escolas de pontos de veiculação e acompanhamento junto a coordenação de comunicação dos processos de contratação de fornecedores.

Resultado: Aquisição de espaços de mídia outdoor, monitores comerciais, mobiliário urbano e rádios para execução das fases 2 (dia do arquiteto) e 3 (interior e litoral) da campanha de valorização profissional. Parcerias de espaço publicitários para campanha de ATHIS.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Campanha

7- CAMPANHA NO METRO (2023)

Acompanhamento das ações no metro de São Paulo e registro Técnico.

Ação: Registro das ações publicitárias no metro de São Paulo e registro fotográfico.

Resultado: Ação de impacto e repercussão na mídia.

8- CAMPANHA NO INTERIOR (2023-2024)

Acompanhamento de processo de edital para aquisição de espaços de mídia e definições de imagens que irão compor a campanha.

Ação: Chamada para indicações de projetos com relevância arquitetônica (conselheiros e funcionários). Parceria com CED- CAU/SP para utilização do mapeamento de espaços feita para o desenvolvimento do aplicativo de ética. Seleção de locais e acompanhamento da produção de imagens.

Resultado: Indicação de 10 localidades para produção de imagens pelo interior que irão compor a campanha.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Campanha

9- AÇÕES DIA DOS ARQUITETOS 2023

Intervenções urbanas que valorizem os profissionais e chamem a atenção da sociedade sobre as atribuições dos profissionais de arquitetura e urbanismo.

Ação: Inserções na faixa nobre da rádio CBN, relógios digitais espalhados pelos principais pontos de tráfego na cidade.

Resultado: Ações de uma semana, com previsão de impacto de 10 milhões de pessoas.

10- CAMPANHA COM AGENCIA NACIONAL DAS FAVELAS (2023-2024)

Campanha com tema ATHIS voltada para sociedade em geral.

Ação: Parceria com a Agência Nacional de favelas para inserção de cartazes sociais em 4 comunidades da capital, mostrando imagens de projetos de fomento do CAU/SP pelo território paulista.

Resultado: Ações nas comunidade de Favela Moinho, Parque do Gato, Vila Guilherme e Freguesia do Ó de 20/12/2023 a 30/01/2024.

3.2.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Campanha

11- SELEÇÃO DE IMAGENS CAMPANHA NAS COMUNIDADE EM PARCERIA COM ATHIS (2023)

Ação conjunta com a CATHIS-CAU/SP para seleção de imagens que podem compor as 4 peças dos minidoors sociais.

Ação: Solicitação a CATHIS-CAU/SP de imagens que compõem a publicação “Vivenciando Athis” de imagens de projetos fomentados pelo conselho que podem compor as 4 peças dos minidoors sociais.

Resultado: Publicação e distribuição da edição.

Redes: as postagens da campanha, 112 entre abril e julho, alcançaram mais de **78 mil novos perfis**. A Ação ajudou no crescimento de 23% das redes do conselho no período de abril a junho. As **ações foram orgânicas**, com a intenção de melhorar a performance dos perfis do CAU/SP.

Mídias: a campanha também repercutiu em mídias do segmento, como a revista projeto e outras.

Metrô: Ocupamos durante 4 semanas 3 maiores e mais importantes linhas do Metrô de São Paulo, responsáveis por 82% do fluxo total do segmento, com peças em 16 estações. No total, as linhas somam aproximadamente **6.5 milhões** de circulação diária de passageiros. Relatório de entregas

Rádio: Ocupamos por duas semanas as principal rede de notícias do estado, foram ao todo 82 inserções diárias nas retransmissoras de São Paulo, Campinas, Santos e Ribeirão Preto, com impacto estimado de **2,3 milhões** de ouvintes.

As ações da campanha seguem até janeiro, com espaços publicitários (mobiliário urbano, outdoors e monitores de prédios comerciais) nas cidades sede dos escritórios regionais do CAU/SP.

De dezembro a janeiro também serão realizadas ações em **celebração ao dia do arquiteto**.

Inserção das peças da campanha, em **20 faces digitais de relógios** da empresa, pelo período de 15 a 18/12, em pontos de grande fluxo de pessoas. E também **28 faces na estação Santa Cruz** do Metro na linha lilás.

24 inserções de peças de campanha voltadas para ATHIS em 4 comunidades de São Paulo, uma parceria com a Agência de Notícias das Favelas de 21/12/2023 a 30/01/2024.

Ao final da jornada, possibilidade de um evento sobre “habitação” em parceria com o Museu das favelas + CAU/SP e as lideranças sociais mobilizadas na campanha



Morar bem é seu direito

A Lei 11.888 garante assistência técnica pública e gratuita de arquitetos e urbanistas para todas e todos



Saiba mais
causp.gov.br



CAU/SP

Conselho de Arquitetura e Urbanismo de São Paulo



Arquitetura é morar com dignidade

©Ocupação Jardim Esperança - Arara - SP



Arquitetura é para todas e todos

©Arquitetura e Urbanismo de São Paulo

Morar bem é seu direito

A Lei 11.888 garante assistência técnica pública e gratuita de arquitetos e urbanistas para todas e todos



Saiba mais
causp.gov.br



CAU/SP
CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DE SÃO PAULO



Arquitetura é para todas e todos

©Arquitetura e Urbanismo de São Paulo

Morar bem é seu direito

A Lei 11.888 garante assistência técnica pública e gratuita de arquitetos e urbanistas para todas e todos



Saiba mais
causp.gov.br



CAU/SP
CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DE SÃO PAULO



Arquitetura é para todas e todos

©Arquitetura e Urbanismo de São Paulo

Morar bem é seu direito

A Lei 11.888 garante assistência técnica pública e gratuita de arquitetos e urbanistas para todas e todos



Saiba mais
causp.gov.br



CAU/SP
CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DE SÃO PAULO

Morar bem é seu direito

A Lei 11.888 garante assistência técnica pública e gratuita de arquitetos e urbanistas para todas e todos



Saiba mais
causp.gov.br



CAU/SP

Conselho de Arquitetura e Urbanismo de São Paulo

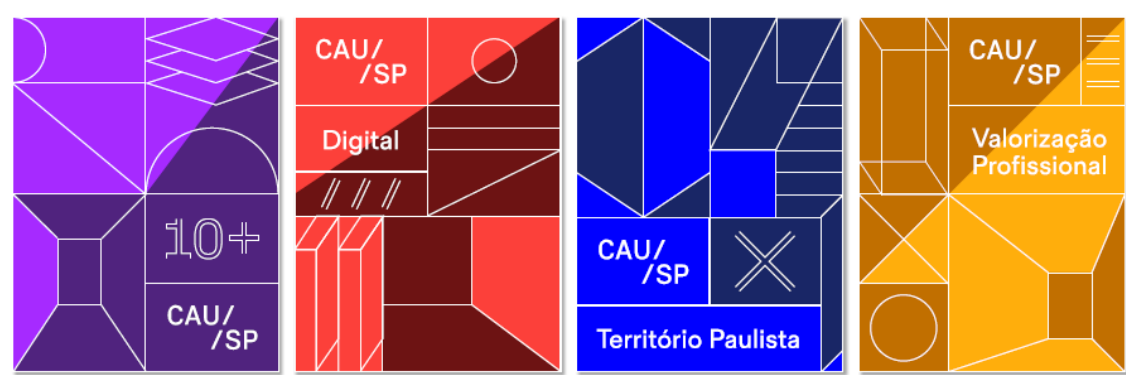


Arquitetura é morar com dignidade

Colônia da Trilha "Terra Alberta" - São Paulo, SP

As subcomissões do eixo comunicação externas realizaram 66 ações que tiveram como resultados principais:

- A revista Mobile de 2021-2023 teve **4 edições**, com tiragem total de **120 mil exemplares**. Edição #edição 24 premiada na Bienal de Quito.
- O dobro de seguidores e impactos nas redes sociais e processo mais participativos de geração de conteúdos.
- Criação de identidade visual mais atual para o Conselho.
- Modernização na identidade e funcionalidades do site e portal de transparência.
- Realização de campanha publicidade de grande performance e alcance.



cau/sp

identidade visual

aplicações gráficas - carimbo

70



Nova Identidade visual
CAU/SP acesse:
https://youtube.com/shorts/rRSIfm4OPo4?si=eJcay4Z6VFD_ceUf



3.3. Participação

3.3.1. Objetivos

Aproximar e dialogar com a sociedade civil e com profissionais da arquitetura e urbanismo de modo a que o conselho seja mais participativo e representativo.

Conhecer o perfil das e dos profissionais da arquitetura e urbanismo de SP;

Democratizar as decisões e demandas institucionais, junto aos profissionais da arquitetura e urbanismo;

Mapear agentes/atores (comunidades, associações de bairros, coletivos da sociedade civil e outras formas de organização não institucionalizadas), de forma a reconhecer demandas e criar elos cooperativos;

Criar mecanismos para ampla participação em processos decisórios acerca de grandes temas e da destinação dos recursos, em parceria com outras comissões.

3.3. Participação

3.3.2. Subcomissões

PESQUISAS

Pesquisas visando conhecer melhor o/a profissional da arquitetura e urbanismo do estado de São Paulo e os agentes/atores da sociedade para possíveis parcerias com o CAU/SP e para pautar as ações da Comunicação e do Conselho como um todo.

PLATAFORMA DE PARTICIPAÇÃO

Mecanismos a serem implementados para ampla participação em processos decisórios acerca de grandes temas e da destinação dos recursos.

3.3.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Pesquisas

1- ANÁLISE E ESTUDOS (2021)

Pesquisas visando conhecer melhor o/a profissional da arquitetura e urbanismo do estado de São Paulo e os agentes/atores da sociedade para possíveis parcerias com o CAU/SP e para pautar as ações da Comunicação e do Conselho como um todo.

Meta: Reconhecimento do perfil das/os profissionais da arquitetura e urbanismo do estado de São Paulo reconhecendo a diversidade de área de atuação, condições de trabalho, condição social, localização, orientação sexual, gênero e raça. Mapeamento dos agentes/atores (comunidades, associações de bairros, coletivos da sociedade civil e outras formas de organização não institucionalizadas);

Ação: Enquetes e formulários rápidos nas redes sociais e newsletter. Elaborar CENSO das e dos profissionais de arquitetura e urbanismo em conjunto com outras comissões. Contribuir no mapeamento em conjunto com demais comissões, utilizando os canais de comunicação do CAU/SP, de entidades da sociedade civil, organizações de classe e movimento de cunho social com afinidade aos objetivos do Conselho.

Resultados: As ações propostas inicialmente pela subcomissão foram absorvidas por outras iniciativas do CAU/SP.

3.3.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Pesquisas

2- CONSOLIDAÇÃO DE ENQUETES PELAS REDES SOCIAIS DO CONSELHO (2021)

Utilizar técnicas de mobilização digital para engajamento de profissionais em torno de temas relevantes à valorização profissional e as atividades do conselho.

Meta: Aproximar os profissionais das ações do conselho e relacionamento.

Ação: Identificação de temas e, em parceria com a subcomissão de redes, criar enquetes no Instagram.

Resultados: Enquetes utilizadas como recurso recorrente de mobilização pelas redes sociais.

3- PLATAFORMA PARA ACOLHIMENTO DE DEMANDAS EXTERNAS (2021)

Aumentar a interlocução do conselho com os profissionais da arquitetura e urbanismo.

Meta: Aproximar os profissionais das ações do conselho e relacionamento.

Ação: Investigação dos principais canais de chegada de demandas de profissionais.

Resultados: Criação de protocolos de relacionamento com profissionais pelos canais de comunicação e fluxo internos para agilidade nas respostas.

3.3.3. Propostas e resultados

Subcomissão: Participação

1- CRIAÇÃO DE PLATAFORMA DE CONSULTA PÚBLICA (2021-2023)

Mecanismos a serem implementados para ampla participação em processos decisórios acerca de grandes temas e da destinação dos recursos.

Meta: Aprimorar o atendimento e relacionamento do CAU/SP, digitalizando a captação de demandas, sugestões e reclamações nos canais diversos. Tornar o Conselho mais participativo, envolvendo profissionais da arquitetura e urbanismo nos processos decisórios.

Ação: Auxílio na elaboração de plataforma para consulta pública, junto às demais comissões e construção de plataforma participativa para recebimento de demandas/ sugestões/ críticas do público prioritário do CAU/SP. Encaminhamento e devolução por meio de: resposta direta humanizada, postagens e campanhas.

Resultados: Em análise com outras comissões e setores do CAU/SP, se avaliou que o conselho atualmente não tem demanda suficiente para criação de uma plataforma participativa.

As subcomissões do eixo participação realizaram 4 ações que tiveram como resultados:

produção de quase **3 mil interações** nas redes sociais no triênio, aumentando o relacionamento do conselho com profissionais e a sociedade;

o aumento de **200%** em relação ao triênio anterior no engajamento pelas redes sociais.

4. COMPOSIÇÃO CCOM 2021-2023

Comissão de Comunicação 2021-2023



4. Composição CCOM 2021-2023

Membros:

Titulares

Samira Rodrigues de Araujo Batista – Coordenadora

Elena Olaszek – Coordenadora Adjunta

Afonso Celso Bueno Monteiro

Amarilis da Silveira Piza de Oliveira

Ana Claudia de Souza Ferreira – Renúncia em 04/10/2021

Paula Rodrigues de Andrade

Delcimar Marques Teodozio

Fernando Netto

Paula Fernanda Faria Rodrigues

Rosana Ferrari

Sandra Aparecida Rufino

Suplentes

Carmela Medero Rocha

Ligia Rocha Rodrigues

Fabiana Zanquetta de Azevedo

Fabiana Zanquetta de Azevedo

Maria Cristina Pinheiro Machado Sanches

Luiz Fernando Gentile

Gabriela Gonçalves Franco

Juliana Binotti Pereira Scariato

Vanessa Padia de Souza

4. Composição CCOM 2021-2023_ Subcomissões

Eixo Comunicação Interna

Organização Interna

Conselheiras/os e suplentes: Carmela, Stela, Samira, Fernando Neto, Paula Andrade, Elena e Sandra.

Memória do CAU

Conselheiras/os e suplentes:

Eixo Comunicação Externa

Mobile

Conselheiras/os e suplentes: Paula Andrade, Afonso, Samira, Stella, Rosana e Fernando.

Redes Sociais

Conselheiras/os: Elena, Paula Ferdinan e Samira

Sede

Conselheiras/os: Carmela, Samira e Stela

Regionais

Conselheiras/os: Delcimar, Fernando Netto e Paula Ferdinan.

UIA

Conselheiras/os e suplentes: Amarílis e Stela

Site

Sandra, Fernando Neto, Paula Ferdinan, Elena e Samira.

Campanha

Sandra, Fernando Neto, Paula Ferdinan, Elena e Samira

Eixo Participação

Participação

Conselheiras e suplentes: Ligia, Sandra e Samira

Pesquisas

Conselheiras e suplentes: Samira

GUIA DE TRANSIÇÃO: COMUNICAÇÃO

GESTÃO 2021-2023
